

## **Espais comunicatius i llengua**

**Carme Ferré Pavia**

Departament de Mitjans, Comunicació i Cultura  
(Universitat Autònoma de Barcelona);  
Grup Comunicació i Responsabilitat Social (InCom-UAB)

La interpretació sobre els usos lingüístics en els espais comunicatius a Catalunya i el consum de mitjans de comunicació en català passa per resseguir els usos socials de la llengua (escola, universitat, sector judicial, comerç...) i el que es dona en els àmbits de la comunicació (mitjans tradicionals, mitjans digitals i indústries culturals). Llevat de la ràdio, d'alguns productes de la televisió i del món digital, els mitjans i productes culturals en català volten el 30–35% del consum a Catalunya. Aquest percentatge no correspon als parlants potencials de català (el coneixement de la llengua és del 80%) sinó als que usen preferentment la llengua catalana (el 34%). En un context plurilingüe i al costat de llengües fortes, cal protegir i prestigiar la llengua, buscar una oferta de qualitat i l'atractiu dels productes mediàtics i mantenir l'empenta digital.

FERRÉ PAVIA, Carme (2017): "Espais comunicatius i llengua", a CIVIL I SERRA, Marta; CORBELLÀ CORDOMÍ, Joan M.; FERRÉ PAVIA, Carme; SABATÉ I SALAZAR, Joan, eds.: *Informe de la comunicació a Catalunya 2015–2016*. Barcelona : Institut de la Comunicació de la Universitat Autònoma de Barcelona : Generalitat de Catalunya. Direcció General de Difusió, pàgs. 23–36. Col·lecció Lexikon Informes, 5. ISSN 2014-2773. Disponible a: <http://incom.uab.cat/informe/2015-16/capitol1.pdf>

**L'anàlisi de l'articulació entre l'estat de la llengua catalana i els mitjans de comunicació a Catalunya durant el bienni 2015–2016 està marcada per una falta de dades contrastables atribuïble a diferents factors**

**¿És el consum de mitjans en català proporcional al nombre de parlants de la llengua? ¿I si això no passa, quina interpretació en podem fer?**



## **1. Introducció**

En l'ecosistema comunicatiu català, la llengua pròpia configura, sense dubte, un dels elements clau d'influència. L'anàlisi de l'articulació entre l'estat de la llengua catalana i els mitjans de comunicació a Catalunya durant el bienni 2015–2016 està marcada per una falta de dades contrastables atribuïble a diferents factors.

En primer lloc, i pel que fa a l'ús social del català, l'*Enquesta d'usos lingüístics* de la Direcció General de Política Lingüística es va fer el 2013 i encara es troba en període d'explotació de les dades obtingudes en el moment de tancar aquest capítol i no se n'ha fet una nova edició. Alguns documents publicats el 2015 es remeten a dades aconseguides en el període 2011–2013, que no són tan importants en un producte com l'*Informe de la comunicació a Catalunya* present, que atén al bienni 2015–2016, però malgrat tot, s'usen perquè no s'havien fet públiques abans. Les associacions dedicades a la defensa de la llengua, en canvi, han estat molt actives en la recerca i publicació d'informació i s'usen també com a fonts d'aquest capítol, sobretot la Plataforma per la Llengua, però també la Xarxa Cruscat.

En segon lloc, i ja referint-nos a les dades de consum de mitjans en català, la desaparició de fet del Baròmetre de la Comunicació i la Cultura de la Fundacc ha deixat sense dades pròpies un sistema de comunicació de 10 milions de parlants potencials. El bienni 2013–2014 va ser el primer sense el Baròmetre de la Comunicació, reconvertit en EGM Baròmetre Catalunya. S'ha perdut la fotografia de detall dels mitjans de proximitat per la reducció de la mostra, i alguns productes derivats duen menys dades. Per exemple, al sumari que fa el Consell de l'Audiovisual de Catalunya, que es confegeix amb dades de l'EGM Baròmetre Catalunya i de Kantar Media (*Bulletí d'Informació sobre l'Audiovisual a Catalunya*, setembre de 2016), ja no hi apareixen les entrades que relacionen consum i llengua de la televisió ni de la ràdio.

Amb aquestes limitacions, el capítol present intenta abordar, tanmateix, la intersecció entre l'ús social de la llengua i el consum de mitjans de comunicació social de Catalunya en llengua pròpia. Com a comunicadors, les preguntes que planen davant nostre són: ¿És el consum de mitjans en català proporcional al nombre de parlants de la llengua? ¿I si això no passa, quina interpretació en podem fer?

## **2. La llengua catalana al 2015–2016**

La Llei del règim especial d'Aran, que afecta la llengua occitana que es parla a la Val d'Aran (Llei 1/2015, del 5 de febrer), reconeix la personalitat nacional pròpia occitana i en defensa la protecció. Però no hi ha hagut aquest bienni cap canvi legal que hagi afectat la regulació del català.

El 2016 la Plataforma per la Llengua, en canvi, va recollir un estudi de normatives aprovades per diferents administracions que destacava com l'ordenament jurídic havia incorporat en només un any (2014) 64

noves normatives que imposen l'ús del castellà a Catalunya. Es tracta de normes que forcen el castellà en la documentació (23), en l'etiquetatge (14), com a requisit de coneixement (11) i a l'ensenyament (10), entre altres àmbits (2016a).

La mateixa Plataforma recull queixes i denúncies per motius lingüístics. Pel que fa a les queixes, el 2015 en va rebre 426, gairebé un 27% més que l'any anterior. Sobretot són greuges amb les administracions. Pel que fa a mitjans de comunicació, TV3 hi apareix com a cinquena empresa amb més queixes, ocasionades pel que els denunciants consideren la mala qualitat de la llengua emprada (2015). Quant a les discriminacions, en ressenya 17 durant 2015, la majoria a Catalunya, 5 de les quals van acabar en agressió verbal o física cap a la persona que parlava en català. Aproximadament el 70% d'aquestes discriminacions denunciades es produeixen en l'àmbit de les administracions de l'Estat (PLATAFORMA PER LA LLENGUA, 2016b).

També amb dades de 2012 i 2013 es va publicar el *IX informe sobre la situació de la llengua catalana (2015)*, de l'Observatori de la Llengua Catalana. Aquest dossier no és gaire més optimista sobre com ha evolucionat la salut del català. Miquel Àngel Pradilla afirma que en la darrera dècada l'ús del català s'ha reduït i ha quedat en una situació de forta minorització, detectada en "l'alentiment de la millora en la transmissió familiar i la identificació lingüística". Escriu Pradilla: "A més, el fet que les generacions joves d'autòctons mostrin un capteniment més deficitari en l'ús del català que les de més edat, tot i acreditar les millors habilitats competencials, contribueix a incrementar un desequilibri envers la llengua castellana" (XARXA CRUSCAT, 2016: 163).

Ja fa més d'una dècada que es parla del fenomen de "perdre el pati" per part del català, això és, del fet que malgrat l'extensió de l'ensenyament en català i de les bones dades de competències lingüístiques (més d'un 37% dels estudiants enquestats a secundària el 2015 mostren un nivell mitjà-alt de català) (MARTÍNEZ, 2016), no se sent català als patis d'escola. Una tesi doctoral de 2007 centrada a la primària ja detectava com "en les interaccions en què ambdós interlocutors són infants, els usos del castellà (62,5%) superen en gairebé el doble els del català (32,6%)" (GALINDO I SOLÉ, 2007: 395). És evident que els factors de transmissió de la llengua són crucials en una perspectiva de conformació d'un mercat comunicatiu autòcton.

A les universitats catalanes i segons l'*Informe de política lingüística 2015* del Departament de Cultura de la Generalitat de Catalunya, els graus es van cursar en català en una mitjana del 74,5% el curs 2014-2015. Les universitats amb més internacionalització, però, han sacrificat en gran part el català. A la Universitat Pompeu Fabra el català no arribava a la meitat en els graus (48,8%) i les universitats de Barcelona i Autònoma de Barcelona fregaven les mitjanes per sota, amb el 72,2% i el 73,2% respectivament, en aquell curs.

Però més que l'ensenyament, l'àmbit judicial és un dels més tradicionalment resistents a la normalització lingüística. El mateix informe adés citat indica que l'ús del català a les actuacions judicials de la Generalitat de Catalunya se situa en un 13%, sense mostrar avenç

**Aproximadament el 70% de les discriminacions lingüístiques denunciades al 2015 es van produir en l'àmbit de les administracions de l'Estat**

**Les universitats més internacionals han sacrificat en gran part el català: a la UPF no arriba a la meitat dels graus**



des de 2014. I es xifren en un 8% les sentències judicials redactades en català. Segons un informe del Centre d'Estudis Jurídics i Formació Especialitzada, només el 35% dels advocats enquestats utilitzen el català en tot el procés judicial. El 75% dels que empren el català en alguna de les actuacions judicials esmenten haver estat induïts a canviar el català pel castellà alguna volta, sobretot en els procediments orals (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2016b).

Pel que fa al comerç, i en un retrat sobre la salut social de la llengua, es considera que uns 4 milions d'usuaris i consumidors —se supera el 50% de la població catalana— es relacionen en català en les transaccions comercials a Catalunya, ja sia al petit comerç, a les grans superfícies o amb les entitats financeres (PLATAFORMA PER LA LLENGUA, 2016a).

Recopilant els diferents documents citats i els àmbits comentats, la taula 1 mostra alguns percentatges de presència del català.

Taula 1. Incidència de la llengua catalana en diferents àmbits (2015)

Llengua catalana marcada com a identificadora dels estudiants de secundària	31,5%
Ús del català a secundària en les relacions amb els amics fora dels centres	48,4%
Cursos impartits en català als graus universitaris	74,5%
Ús del català per part dels advocats catalans en tot el procés judicial	35,0%
Ús del català en transaccions comercials i en operacions financeres	60,0%

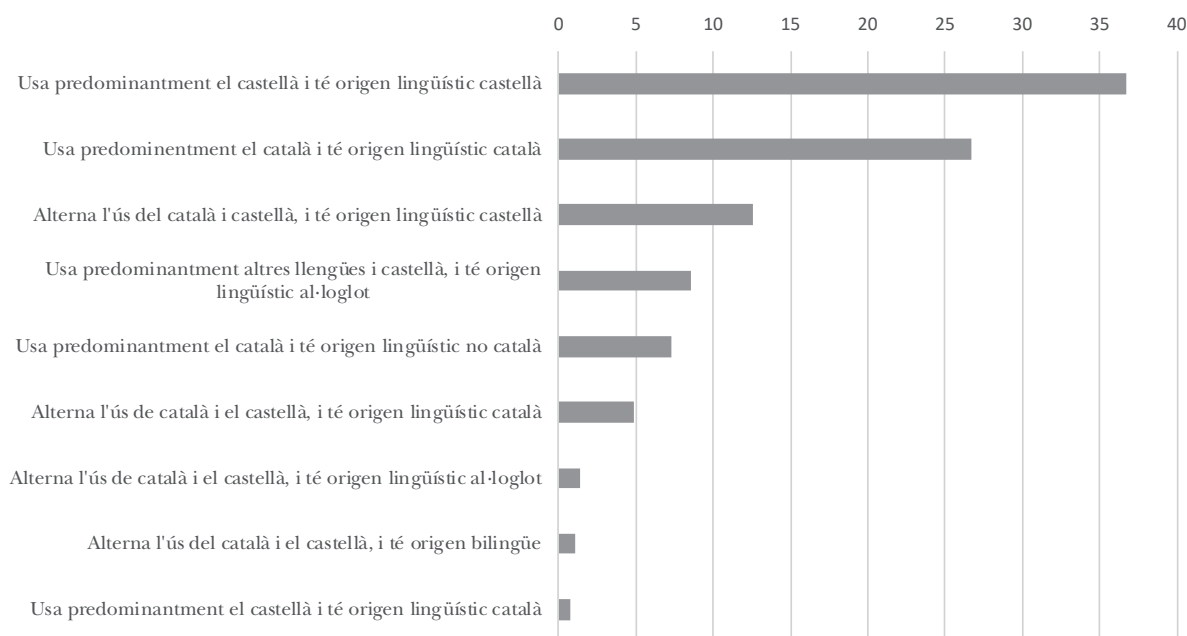
Font: elaboració pròpia a partir de GENERALITAT DE CATALUNYA (2016b) i PLATAFORMA PER LA LLENGUA (2016a).

### 3. La llengua habitual al Principat

Les dades disponibles sobre el coneixement del català són positives i coincidents. Comparades diferents fonts, mostren una comprensió de la llengua catalana per part del 80% de la població aproximadament. Si prenem com a origen de la dada l'*Informe de política lingüística 2015*, basat encara en l'*Enquesta d'usos lingüístics de la població* de 2013, un 80,4% de la població enquestada el sap parlar. Si ho contrastem amb enquestes de 2015 i 2016, el percentatge és similar. L'Estudio General de Medios (EGM), en la pregunta sobre comprensió de la llengua "autonòmica", indica que dels enquestats l'entenen i parlen un 79,3% el 2015 i un 79,5% el 2016. Però aquestes xifres ballen si rastregem les diferències territorials, ja que el 63,6% de la població catalana es concentra a Barcelona i a l'àrea metropolitana, i és ací on es troben les bosses menys catalanoparlants del país, amb grans ciutats com ara Santa Coloma de Gramenet i l'Hospitalet de Llobregat, on parla català la meitat de la població i on és la llengua habitual de només un 30%, segons l'*Informe de política lingüística*.

En el gràfic 1 es pot apreciar com els que usen predominantment català sumen el 34%.

**Gràfic 1. Grups sociolingüístics (2013)**



Font: GENERALITAT DE CATALUNYA (2015).

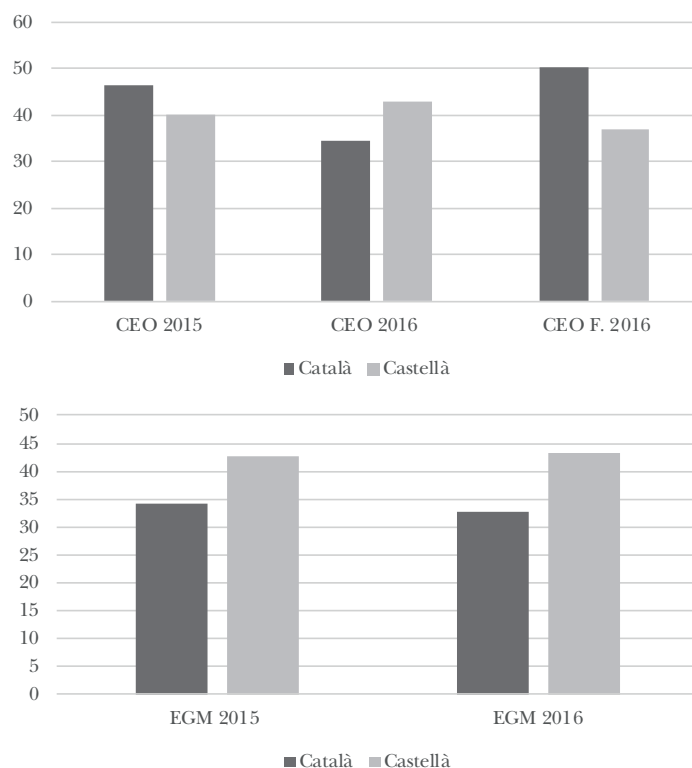
Hem de tenir en compte també que el 14% dels empadronats a Catalunya són immigrants de 187 països diferents i parlants de 300 llengües distintes (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2016a).

El concepte de *llengua habitual* o de preferència és més ajustat que el de coneixement del català a un retrat lingüístic incardinat en el consum de mitjans. Encara que podem entendre dues llengües o més, la llengua de preferència ens acostarà més a la interpretació de la relació entre idioma i audiència. Diferents institucions aporten dades sobre la llengua habitual dels catalans. Primerament, el mateix EGM va reportar el 2015 que la llengua preferent dels enquestats a Catalunya era de 34,3% el català i 42,6% el castellà, mentre que el 18,9% afirmaven que les usaven indistintament. El 2016 pujava lleument el castellà (al 43,2%) i el català retrocedia (al 32,8%), mentre que la preferència paritària es mantenia (en el 18,8%). En segon lloc, l'Òmnibus del Centre d'Estudis d'Opinió (CEO) de la Generalitat de Catalunya, que introdueix la variable de la llengua en les seues recerques, indicava que el 2015 (mitjana de les dues edicions anuals) el 46,5% dels enquestats tenia el català com a llengua habitual, mentre que un 40,3% tenia el castellà, al mateix temps que un 12,1% anotava les dues.

Pel que fa a 2016, l'Òmnibus mostra que el 34,7% dels enquestats indica el català com a llengua habitual, i el 42,8%, la llengua castellana. Atès que a hores d'escriure aquest capítol l'Òmnibus del segon semestre no s'ha tancat formalment, podem anotar les dades d'un altre estudi del CEO de 2016, que indiquen un 50,2% de llengua habitual catalana i un 37,1% de llengua habitual castellana, mentre que per a un 11,4% dels enquestats són habituals totes dues.

Com indicàvem a la introducció d'aquest capítol, les diferents enquestes no són estrictament comparables en els mateixos períodes. El gràfic 2 ho reflecteix.

**Gràfic 2. Llengua habitual a Catalunya, en percentatge (2015–2016)**



Nota: CEO: Òmnibus del CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ; CEO F.: *La societat catalana davant el futur*, CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ; EGM: ESTUDIO GENERAL DE MEDIOS.

Font: elaboració pròpia.

## 4. La presència digital del català

Un àmbit comunicatiu on el català sí que és la llengua habitual és l'anomenat .cat, és a dir, l'esfera dels continguts digitals en català al món. És aquesta una àrea de summa importància avui dia i en què l'activisme dels usuaris juga un paper crucial. El 2015 el domini .cat va registrar un rècord de 27.000 noves adreces digitals. Aquest domini es va iniciar el 2006 i va passar de 97.423 registres el 2015 a 102.928 el 2016, superant la barrera dels 100.000 (FUNDACIÓ PUNTCAT, 2016).

Hi ha moltes dades significatives al voltant de la petjada digital catalana. El 2016 la versió en català de la Viquipèdia ha arribat a 500.000 articles, fet que situa la llengua catalana en una molt destacada dissetena posició mundial, tenint en compte que l'àrab és la vint-i-unena. De les 10 webs més usades al món (Google, Facebook...), 6 tenen versió en català,

mentre que de les 100.000 més visitades al món, 17 són exclusivament catalanes. Softcatalà, associació sense ànim de lucre que fomenta el català a la informàtica, indica que ha tancat 2016 amb 4,7 milions d'usuaris (4,8 milions el 2015) i 25 milions de pàgines visitades (23 milions el 2015). L'associació de webmàsters independents en català, WICCAC, va publicar que el 2016 el percentatge d'ús global del català a internet (anàlisi de 35 sectors, des de blocs i portals d'internet a grans empreses) havia estat del 65%, lleugerament superior al 64% de 2015, el que confirma una pujada que és molt sostinguda en els darrers biennis.

L'*Informe de política lingüística 2015* atribueix al català el 54,6% de cerques a internet, mentre que al castellà li'n dona un 89,1%. Cal tenir en compte que la indagació a la xarxa és multilingüe i que totes les llengües augmenten en percentatge.

**Softcatalà indica que quasi 5 milions d'usuaris han accedit a continguts en català a 2016**

**Pel que fa als mitjans tradicionals, el consum en català oscil·la entre el 30 i el 50% segons les fonts**

## 5. El consum de mitjans tradicionals

Les dades agregades de consum de mitjans catalans per àrees (revistes, per exemple, tot i que no revistes concretes) apareixen fonamentalment a l'*Enquesta de participació cultural Catalunya 2015* del Departament de Cultura (MOSTEIRO, LÓPEZ, 2015), que es va aplicar a una mostra de 2.000 persones.

Si ens fixem, en primer lloc, en els mitjans tradicionals, prendrem diaris, revistes, televisió i ràdio en català com a focus, i n'observarem el seguiment per part dels consumidors potencials. Un 33,3% de consumidors de revistes les llegeix en català, davant del 85,3% ho fa en castellà. És evident que les respostes són múltiples quan la suma supera el 100%. La xifra de consum en català ha patit una caiguda percentual de 12 punts en el bienni 2014–2015. El consum en castellà, en canvi, ha augmentat. El *IX informe sobre la situació de la llengua catalana* de la Xarxa Cruscat (2016) atribueix a la premsa escrita en català un descens del consum del 32,5 al 31,7% en el període 2014–2015. Aquesta darrera xifra inclou els diaris, als quals l'*Enquesta de participació cultural* atorga un 57,1% de lectura en català i un 65% en castellà (entre el 47,2% dels enquestats que afirmaren llegir diaris).

Quant a la televisió en llengua pròpia, la mateixa enquesta sosté que el 87,3% dels enquestats afirmen veure la televisió. D'aquests, el 51,8% consumeix programes en català, i el 82,3%, en castellà. Aquests índexs es poden confrontar amb els del *Butlletí d'Informació sobre l'Audiovisual a Catalunya*, que per a 2015 indica el manteniment del consum de televisió en català de maig a setembre (31,1%), mentre que el consum en castellà es va incrementar del 87,2 al 88,5% en el mateix període. Tal com hem destacat en la introducció, ja no es compta amb dada de penetració de la llengua el 2016.

El *Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya* constata que en els darrers anys la quota d'audiència conjunta de la televisió en català ha minvat, fins al 18,5% el 2016. Només durant el 2016, la reducció d'audiència en el segment de 4 a 12 anys ha estat del 10,3%. Per això, l'obra recomana reforçar els continguts dedicats al públic infantil i juvenil, en un context en què cal incentivar la televisió en català a tots els canals, inclosos els





**La ràdio és l'únic suport on el català és majoritari**

**Dels 800 mitjans enquestats, més del 90% tenen presència a internet i el 76% a les xarxes socials en concret**



estatals. L'audiència acumulada de TV3 en el conjunt d'Espanya va passar del 7,4% el 1999 al 3,6% el 2016, amb l'evident multiplicació de cadenes dels darrers anys, quasi totes en llengua castellana. De 2015 a 2016 aquest percentatge es va reduir un escàs 0,1%. Això s'ha produït en un context de descens de consum de televisió, que a Catalunya ha passat de 240 a 221 minuts diaris en el darrer bienni (AIMC, 2016).

Pel que fa a la ràdio en llengua catalana, en canvi, aquesta suposa al voltant d'un 70% del consum radiofònic, i és l'únic dels mitjans tradicionals on el català és majoritari. Durant 2015 els percentatge han estat, de mitjana entre les dades de maig i de setembre, del 69,4% per a la ràdio en català i el 45,6% per a la ràdio en llengua castellana.

## 6. Mèdia digitals

L'ecosistema de comunicació en català està format per més de mil mitjans. El Grup de Recerca sobre Mitjans de Comunicació i Periodisme en Llengües Minoritàries Europees HEKA, de l'Euskal Herriko Unibertsitatea i la Universitat Autònoma de Barcelona, fa 15 anys que es dedica a estudiar els sistemes de mitjans de 10 llengües minoritzades d'Europa (que inclouen el català, el basc i el gallec) i ha arribat a tenir censats més de mil mitjans catalans en llengua pròpia (o que produeixin com a mínim el 70% de continguts en català), i això sense comptar el món de les publicacions acadèmiques, empresarials o difícils de trobar pel seu àmbit restringit de difusió.

En un dels seus darrers articles, encara inèdit quan s'escriu aquest capítol, Iñaki Zabaleta, Carme Ferré Pavia, Itxaso Fernández, Arantza Gutiérrez i Nicolás Xamardo conclouen que, d'un cens de 757 mitjans catalans, més del 90% tenen presència a internet i el 76% compten amb xarxes socials. El procés de digitalització dels mitjans catalans, per tant, està molt avançat, sense haver arribat a la cúspide.

Centrats en els mitjans estrictament digitals a Catalunya, el 2016 l'Associació de Mitjans d'Informació i Comunicació (AMIC) agrupa 138 capçaleres, de les quals 98 són en català.<sup>1</sup> Les diferents edicions del *Llibre blanc* de premsa, revistes i mitjans digitals editats en català localitzen 268 publicacions digitals al 2014 i 281 al 2015 (FEDERACIÓ D'ASSOCIACIONS D'EDITORS DE PREMSA, REVISTES I MITJANS DIGITALS, 2015, 2016). Tal com afirma Bernat López, "el ciberespai periodístic del Principat es fa molt majoritàriament en la llengua pròpia" (XARXA CRUSCAT, 2016: 143).

El mateix *Llibre blanc* concreta que els periòdics digitals van acumular 5,4 milions d'usuaris únics mensuals al 2014 i 7,6 al 2015. Pel que fa al consum informatiu, DigitalNewsReport.es atorga a la llengua catalana un consum de notícies digitals del 21,6% a tot Espanya, el que inclou com a mínim el Principat i el País Valencià, encara que no se sap si també les Balears, ja que parla de "català" i de "valencià". S'ha de dir, però, que a Catalunya aquest percentatge és del 17,6%, i al País Valencià, del 5,7%. En un marc de resposta múltiple, la lectura de notícies en castellà a tot Espanya és del 95,2%, i en totes les altres llengües distintes del castellà, del 30,4% (NEGREDO, VARA-MIGUEL, AMOEDO, 2016).

1. Vegeu el llistat al web de l'AMIC: [www.webcitation.org/6rMBI95gG](http://www.webcitation.org/6rMBI95gG)



## 7. La tria d'indústries culturals en català

Més enllà dels mitjans de comunicació social, el consum de productes culturals, com ara llibres, pel·lícules, obres de teatre o videojocs, varia molt depenent del producte o sectors de què parlem. Mentre que el del videojoc en català és pràcticament residual (amb un consum del 0,2% en el total de 21,8%), en l'assistència a exposicions la presència del català és del 72,8%. Un altre cop, es tracta de les dades de l'*Enquesta de participació cultural Catalunya 2015*.

D'altra banda, i malgrat els esforços institucionals en biennis anteriors, el cinema en català ocupa, segons les enquestes, un 5,2% del consum de cinema, mentre que el total (fonamentalment en castellà, és clar) s'enduu el 47,8% de respostes d'ús del temps de lleure. El 2015 només el 3% de les projeccions van ser en català, una dada inferior a la de 2014 (4,7%) i ben lluny del 25% que marcava la llei del cinema (VICENS, 2015). L'*Informe de política lingüística 2015* confirma que el nombre de sessions de cinema en català va ser del 3,7%. Les preferències expressades pels enquestats no són satisfetes per aquest baix nombre de sessions en llengua pròpia. Per exemple, el 2015 la preferència del públic pel cinema en català era del 22% segons l'Òmnibus del CEO del primer trimestre d'aquell any.

El teatre està inclòs a l'*Enquesta de participació cultural* en l'ítem "espectacles", suposadament junt amb la dansa, l'òpera, el circ, etc. Aquesta entrada respon a un 39,6% de consum general, mentre que la part del català representa un 61,7% d'aquest. En aquest cas, les dades de l'Òmnibus de 2015 sobre la predilecció dels enquestats per les representacions en català i el consum declarat es compassen més: el percentatge de preferència va ser del 37,5%. El 2015 la preferència tant pel teatre en català com en castellà havia pujat 3 punts respecte de 2014.

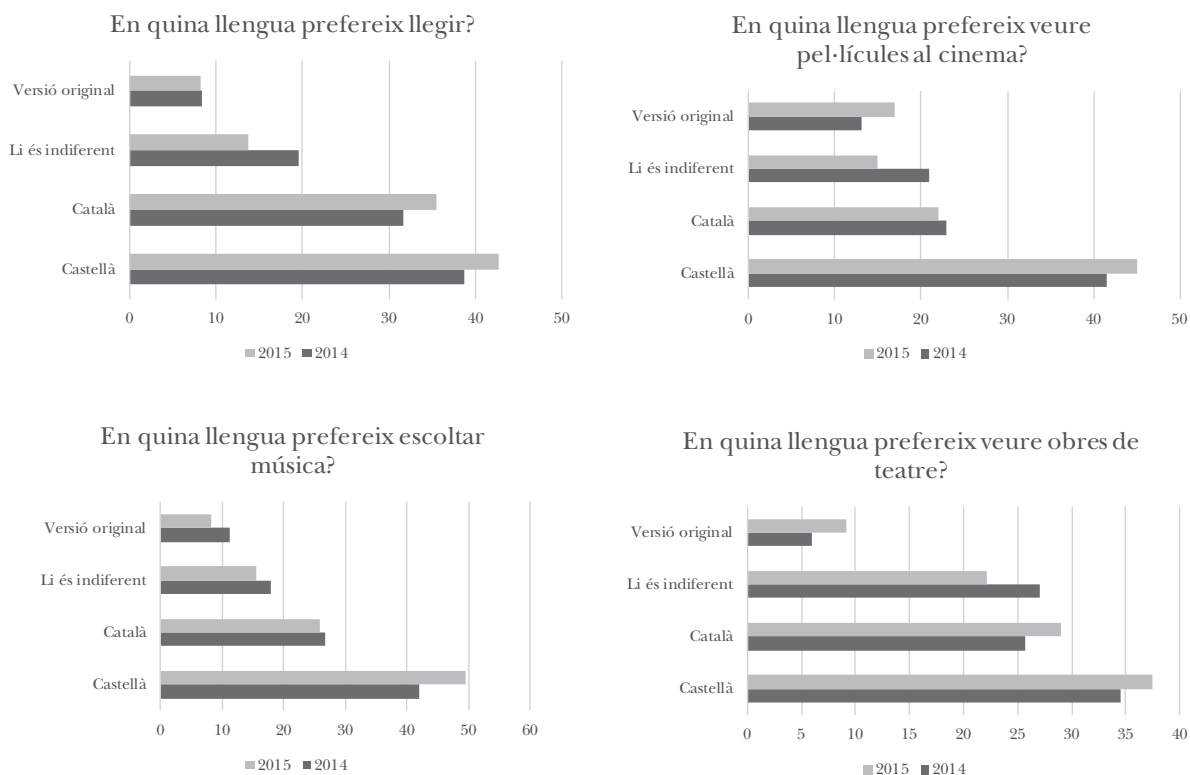
En aquest mateix estudi, la música apareix com l'única àrea on el català ha disminuït com a llengua triada. El 2015 un 8,1% s'estimava més la música en català, 3,1 punts menys que el 2014, mentre que preferia el castellà un 15,6%, percentatge que suposava un descens de 2,3 punts respecte a l'enquesta anterior. El que havia augmentat, per contra, era el nombre de gent que optava per escoltar música en altres llengües: gairebé un 50% dels enquestats, 7,4 punts més que el 2014.

Finalment, abordem el sector editorial. L'Òmnibus de 2015 conclou que els lectors s'inclinen pel llibre en català en un 35,4% del casos, mentre que el 42,6% aposta pel castellà (vegeu el gràfic 3). La preferència pel català suposava un augment del 3,8% respecte a 2014. L'*Enquesta de participació cultural* i les dades de l'*Informe de política lingüística* són prou coincidents pel que fa a la distribució de lectura entre català i castellà, ja que es ronda el 30% per al català i el 70% per al castellà, en la pregunta de la llengua del darrer llibre llegit. Mentre que el primer estudi atribueix un consum de llibre en català del 31%, el segon li atorga un 26,5%. Per al castellà, aquest darrer informe parla d'un 65,4% de consum el 2015.

**La distribució de la lectura entre català i castellà ronda el 30% per al català i el 70% per al castellà**



**Gràfic 3. Llengua de preferència de productes culturals (2015)**



Font: *Destacats Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2015* (REDONDO, BUENAVENTURA, 2015).

## 8. Menys transmissió lingüística i oferta mediàtica: factors de minorització

Per tal de relacionar l'ús de la llengua a Catalunya i el consum de mitjans de comunicació, hem examinat en quins sectors socials la presència del català està més normalitzada o menys. L'àmbit de l'ensenyament, tant escolar com universitari, ho està en un grau alt, malgrat que això no significa que la llengua dels escolars fora dels centres sigui sempre la catalana, tal com hem vist. Tal fet implica que, malgrat que el català compti amb molts parlants potencials, la tria lingüística no sempre hi juga a favor.

En els camps que barregen la lògica publicoprivada —i els mitjans de comunicació en serien un— tenim dades molt variables segons de quin es tracti. Al comerç les dades no són dolentes, i tampoc no ho són a la ràdio. Però no passa el mateix amb el llibre, la televisió o el cinema.

La dada que explica la diferència entre el nombre de parlants i el consum és el salt entre la capacitat d'ús de la llengua catalana, que és globalment del 80% a Catalunya, i la preferència pel català, que és del 35% aproximadament.

Com hem vist, dues enquestes coincideixen exactament en la distribució de la tria entre el català i el castellà: les dades del CEO de 2016 i les

de l'EGM de 2015 dibuixen el mateix panorama del 35% d'elecció de la llengua catalana davant del 42% de la castellana, mentre que aproximadament el 15% dels enquestats en declara un ús paritari. Les dades concorden amb el gràfic 1, on sumen el 34% els que parlen predominantment català.

Cal anar a l'ajuda que ens presten els sociolingüistes per entendre tal diferència, que llasta els consums i les pràctiques culturals i comunicatives. L'*Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013* (GENERALITAT DE CATALUNYA, 2015) diagnostica tres causes que han disminuït l'atracció pel català entre 2008 i 2013: a) més persones catalanoparlants sense fills entre els *post-baby boomers*; b) reducció de la transmissió del català entre els més joves de la immigració peninsular i de fora d'Espanya, i c) augment de l'ús del català com a llengua paritària, és a dir, d'aquells que usen català i castellà indistintament.

Aquesta realitat sociodemogràfica pot explicar en part com l'escola de la immersió capacita per entendre i parlar català, i prefigura un gran mercat potencial de més del 90% d'habitants de Catalunya, però no sempre augmenta la xifra de parlants o de consumidors actius.

Aquest repartiment de parlants coincideix quasi exactament amb el consum en alguns sectors culturals i comunicatius. És el cas de l'editorial, on el llibre en català té segons les enquestes un 30% de consum; el de les revistes, un 33%, i el de la televisió, un 31% (dades de 2015). L'únic sector que supera aquest sostre de vidre és el de la ràdio, on el percentatge es tomba cap al 70% de consum en català, malgrat que l'oferta de programació d'abast espanyol és superior a la de les cadenes catalanes.

La clau interpretativa de l'oferta té força. El cinema en català no aconsegueix més estrenes ni tan sols per posar-se a competir amb normalitat. TV3 manté l'audiència en un panorama de disminució dels minuts dedicats a veure la televisió, de fragmentació de l'oferta de la TDT, de migració a canals especialitzats i de competència amb un grapat de cadenes estatals (Antena 3 i Telecinco, fonamentalment, juntament amb TVE, Cuatro i La Sexta). Catalunya Ràdio i RAC1, en canvi, assoleixen grans xifres d'audiència elles soles, però això es pot explicar per dos fets: que el panorama radiofònic està distribuït en una xarxa de proximitat molt important de cadenes de les municipalitats i que el control de llicències des de Catalunya contribueix que les cadenes privades programin en català.

Si mirem els canals televisius infantils i d'animació, és molt significatiu que amb la competència de Boing, Clan i Disney Channel, l'audiència del Super3 hagi disminuït. L'any 2015 el 63,9% del consum infantil era fora dels canals generalistes i es concentrava en aquests tres canals temàtics (CAC, 2017). L'oferta, per tant, és determinant, però també la qualitat comparativa i l'atractiu de les propostes.

Un altre factor a tenir en compte és el llast de la crisi econòmica, que malgrat alguns indicadors de recuperació, ha deixat mitjans fora del camí a Catalunya i impossibilita la competència en àmbits com ara la producció de ficció autòctona. El gener de 2017 gran part del sector català de la producció audiovisual va presentar la declaració *Més TV3!*

**La dificultat  
de recuperació  
de la crisi  
econòmica llasta  
la competència en  
àmbits com ara la  
ficció audiovisual**



**En un mercat  
canviant i de forta  
competència i  
un context de  
menys prestigi i  
parlants, calen  
empreses fortes  
amb capacitat de  
lideratge**



*Manifest per salvar la televisió pública i l'audiovisual català, que reclama més inversió per a Televisió de Catalunya i per a l'audiovisual català.*

El triangle que es configura entre la tria de la llengua, l'oferta de continguts i la crisi a Catalunya (amb un sector públic que no es recupera) no fa tendir a l'optimisme. Els àmbits de treball que s'apunten són el suport a la natalitat, prestigiar la llengua i cuidar la inversió pública en cultura i mitjans propis.

## 9. Conclusions

La desaparició del Baròmetre de la Comunicació ha disgregat les dades entre diferents enquestes que no són sempre comparables, atès que treballen amb mostres de diferent nombre i no fan exactament les mateixes preguntes. Si, a més, tenim en compte que l'ús del català és més baix on hi ha més població (Barcelona i la seva àrea metropolitana), els resultats de les enquestes disponibles no són estranys: una tria lingüística en català que no arriba al 50% en les més favorables. Una mirada positiva, però, s'enfoca als continguts digitals, amb molta activitat *prosumer* i més de la meitat de les cerques fetes en català.

Pel que fa als mitjans tradicionals, les audiències tendeixen en alguns camps a la baixa. La premsa escrita decreix lleugerament i la quota d'audiència de la televisió en català passa del 20 al 19% en el bienni. Mentre això ocorre, les audiències en castellà no afluixen, tal com passa amb les revistes, la televisió i la música. Això vol dir que en un mercat canviant i de forta competència, un context de menys prestigi i parlants, calen empreses fortes amb capacitat de lideratge. En el cas de la ràdio, RAC1 i Catalunya Ràdio concentren dues tercers parts de l'audiència, una tendència que s'ha reforçat en el bienni.

En darrer lloc, les dades de consum cultural evidencien unes franges de consumidors multilingües àmplies, un fenomen que es repeteix en la cerca web i en el consum digital. Aquesta tendència no es previsible que reverteixi, per la qual cosa cal encara ser més conscients de la necessitat de suport a una llengua en situació de minorització i de fer productes de qualitat suficient en un mercat global.

## 10. Referències

ASOCIACIÓN PARA LA INVESTIGACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN (AIMC) (2016). *Marco general de los medios en España*. Madrid: AIMC.  
[www.webcitation.org/6qBNtW7hJ](http://www.webcitation.org/6qBNtW7hJ)

CENTRE D'ESTUDIS D'OPINIÓ (CEO) (2016): *La societat catalana davant el futur. 2016* [En línia]. Barcelona: Centre d'Estudis d'Opinió.  
[www.webcitation.org/6p7uiTPbH](http://www.webcitation.org/6p7uiTPbH)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC) (2016): *BIAC: Butlletí d'informació sobre l'audiovisual a Catalunya. Tercer quadrimestre de 2015* [En línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya. Núm. 3, gener.  
[www.webcitation.org/6qBLo81PI](http://www.webcitation.org/6qBLo81PI)

CONSELL DE L'AUDIOVISUAL DE CATALUNYA (CAC) (2017): *Llibre blanc de l'audiovisual de Catalunya* [En línia]. Barcelona: Consell de l'Audiovisual de Catalunya.

[www.webcitation.org/6p7umlBSN](http://www.webcitation.org/6p7umlBSN)

FEDERACIÓ D'ASSOCIACIONS D'EDITORS DE PREMSA, REVISTES I MITJANS DIGITALS (2015): *Llibre blanc de premsa, revistes i mitjans digitals editats en català*. Valls: Federació d'Associacions d'Editors de Premsa, Revistes i Mitjans Digitals.

[www.webcitation.org/6rC01wHop](http://www.webcitation.org/6rC01wHop)

FEDERACIÓ D'ASSOCIACIONS D'EDITORS DE PREMSA, REVISTES I MITJANS DIGITALS (2016): *Llibre blanc 2015*. Valls: Federació d'Associacions d'Editors de Premsa, Revistes i Mitjans Digitals.

[www.webcitation.org/6rC08n3nM](http://www.webcitation.org/6rC08n3nM)

FUNDACIÓ PUNTCAT (2016): "Evolució dels dominis .cat 2016". *Fundació puntCAT* [En línia]. Barcelona: Fundació puntCAT, 9 de setembre.

[www.webcitation.org/6qBK4q5ia](http://www.webcitation.org/6qBK4q5ia)

GALINDO I SOLÉ, Mireia (2007): *Les llengües a l'hora del pati: usos lingüístics en la converses dels infants de primària a Catalunya* [En línia]. Barcelona: Departament de Filologia Catalana, Universitat de Barcelona.

[www.webcitation.org/6qBO2YsQC](http://www.webcitation.org/6qBO2YsQC)

GENERALITAT DE CATALUNYA (2015): *Anàlisi de l'Enquesta d'usos lingüístics de la població 2013. Resum dels factors clau* [En línia]. Barcelona: Biblioteca Tècnica de Política Lingüística

[www.webcitation.org/6p7vKqwiP](http://www.webcitation.org/6p7vKqwiP)

GENERALITAT DE CATALUNYA (2016a): *D'estrangers a ciutadans: activitat en matèria d'accés a la ciutadania de la Secretaria d'Igualtat, Migracions i Ciutadania* [En línia]. Barcelona: Departament de Treball, Afers Socials i Família, Generalitat de Catalunya.

[www.webcitation.org/6p7vRoKIH](http://www.webcitation.org/6p7vRoKIH)

GENERALITAT DE CATALUNYA (2016b): *Informe de política lingüística 2015* [En línia]. Barcelona: Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya.

[www.webcitation.org/6p7vNXcmd](http://www.webcitation.org/6p7vNXcmd)

MARTÍNEZ, Núria (2016): "El català a l'escola: més present a l'aula que al pati". *Ara* [En línia]. Barcelona: Edició de Premsa Periòdica Ara, 17 d'abril.

[www.webcitation.org/6p7uOGcYz](http://www.webcitation.org/6p7uOGcYz)

MOSTEIRO, Sergi; LÓPEZ, Isabel (2015): "Enquesta de participació cultural Catalunya 2015". *DeCultura* + [En línia]. Barcelona: Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya. Núm. 38, desembre.

[www.webcitation.org/6p7vBd6Kz](http://www.webcitation.org/6p7vBd6Kz)

NEGREDO, Samuel; VARA-MIGUEL, Alfonso; AMOEDO, Avelino (2016): “Cambios decisivos en el consumo de noticias digitales”. *DigitalNewsReport.es 2016* [En línia]. Pamplona: Center for Internet Studies and Digital Life, Universidad de Navarra.

<https://drive.google.com/file/d/0B2eyawMqcpTyLVpGR0NLQzAtcmc/view>

PLATAFORMA PER LA LLENGUA (2015): *Informe de queixes lingüístiques 2015* [En línia]. Barcelona: Plataforma per la Llengua.

[www.webcitation.org/6pAyXSibP](http://www.webcitation.org/6pAyXSibP)

PLATAFORMA PER LA LLENGUA (2016a): *Informe CAT 2016: 50 dades sobre la llengua catalana* [En línia]. Barcelona: Plataforma per la Llengua.

[www.webcitation.org/6p7vIpma](http://www.webcitation.org/6p7vIpma)

PLATAFORMA PER LA LLENGUA (2016b): “*Si me hablas en catalán se suspende el juicio*”: *els drets lingüístics en via morta* [En línia]. Barcelona: Plataforma per la Llengua.

[www.webcitation.org/6p7vIEcsl](http://www.webcitation.org/6p7vIEcsl)

REDONDO, Xavier; BUENAVENTURA, Mireia (2015) “Destacats Òmnibus de la Generalitat de Catalunya. 2015”. *DeCultura* [En línia]. Barcelona: Departament de Cultura, Generalitat de Catalunya. Núm. 25, juliol.

[www.webcitation.org/6p7vHNRxy](http://www.webcitation.org/6p7vHNRxy)

VICENS, Laia (2015): “Plataforma per la Llengua denuncia que només el 26% de les pel·lícules filmades a Catalunya són en català”. *Ara* [En línia]. Barcelona: Edició de Premsa Periòdica Ara, 18 d’agost.

[www.webcitation.org/6p7vpenLW](http://www.webcitation.org/6p7vpenLW)

XARXA CRUSCAT (2016): *IX informe sobre la situació de la llengua catalana (2015)* [En línia]. Barcelona: Observatori de la Llengua.

[www.webcitation.org/6p7w3d95b](http://www.webcitation.org/6p7w3d95b)